

Revista de revistes

REVUE FRANÇAISE DE COMMUNICATION

Núms. 2, 3, 4. Any 1979-1980

Sota la direcció de Francis Balle (director de l'Institut Français de Presse, professor de sociologia de la comunicació de la Universitat de París II i autor de diversos llibres, entre els quals cal assenyalar Média et Société, que és la versió actualitzada de l'obra anterior Institutions et publics des moyens d'information) i de Jean Marie Cotteret (professor de la Universitat de París I, Pantheon-Sorbona, especialista en sociologia electoral, i autor, entre d'altres, de l'obra Les systèmes électoraux, junt amb Claude Emery), s'han publicat únicament quatre números d'aquesta revista, la qual creiem ha donat lloc a un altre revista, d'un tipus més o menys similar, anomenada Cahiers de la Communication.

Segons l'editorial del seu número 2, aquesta publicació ha pretès ésser un lloc d'intercanvi i d'informacions recíproques entre professionals i investigadors d'aquesta terreny científic, que encara està poc definit i que hom coneix sota els termes d'informació i de comunicació. La seva perspectiva és més aviat de tipus sociològic i, com veurem tot seguit, amb un ventall ampli de temes.

Cada número està configurat en tres grans seccions: estudis, actualitat i bibliografia. La primera ofereix en cada supòsit alguns articles que aborden aspectes diferents de la comunicació col·lectiva, i en cap cas amb la voluntat d'ésser un número monogràfic. Pel que fa a les informacions d'actualitat, mentre els números 3 i 4 (primavera-estiu 1979 i hivern 1980, respectivament), recullen la legislació i la jurisprudència franceses en aquest terreny, i després documents parlamentaris francesos, de la UNESCO i glossen els congressos, col·loquis, etc., que s'hagin celebrat; el número 2 (hivern 1979), a més, recull un text de Gabriel Moser, titulat «La communication publicitaire et le média presse».

La secció bibliogràfica està ben plantejada, una sèrie de llibres són objecte d'anàlisi i al final s'ofereix una bibliografia d'actualitat classificada per branques de la comunicació. Cal remarcar que en el número 2 es fa figurar, classificada amb un criteri que jutgem correcte, un repertori de tesis doctorals i memòries (tesines), presentades el 1977 sobre les ciències de la comunicació i de la informació, document que jutgem d'un interès evident. Aquest criteri, dissortadament, no és aplicat en els números posteriors.

Pel que fa a la part dels articles, que la revista anomena estudis, en el número 2 s'insereix un treball de Dan Nimmo, professor de Ciència Política de la Universitat de Tennessee, «Alternatives pour l'étude de la communication politique», on l'autor afirma que el terreny de la comunicació política ja no es limita a les campanyes electorals, i per demostrar-ho proposa tres altres enfocaments, és a dir, les anàlisis inspirades per la dramatització, l'anàlisi

164 *estructural inspirada en la lingüística (i que ell anomena l'aproximació semiològica i la lexicològica) i, per últim, l'anàlisi ideològica.*

S'hi inclou un treball de Jean Voge «*Société d'information et crisi économique*», i un altre d'Yves Lavoine, «*Presse et cohésion sociale: le cas des prises d'otages*», referit a una anàlisi dels articles publicats arran dels segrestament i mort posterior de l'industrial alemany H.M. Schleyer.

En el número 3, el treball que més ens ha interessat és el de Jean D'Arcy, «*Le droit de l'homme à la communication*», en el qual defensa, com una exigència del paper que juga en la societat actual la comunicació, que es protegeixi aquest dret humà a la comunicació, malgrat els obstacles que presenta el poder polític, els monopolis econòmics i les mentalitats. Després examina la seva aplicació tant a nivell internacional i nacional com en el pla individual. Altres articles són els de R. Guibéneuf, «*La communication dans l'entreprise*»; René Moreau, «*Intelligence artificielle*»; J.M. Auby, «*Le régime publicitaire des produits pharmaceutiques*»; «*Journaux, radio, télévision, qui croire*», de J.P. Marhuenda, on aquest autor sosté que la credibilitat està composta per una sèrie d'elements, i, entre els que estudia, cal indicar l'objectivitat, la competència, la comoditat, l'accessibilitat, etc.

Pel que fa al número 4, Pierre Schaeffer, en el seu treball «*Le questionnaire questionnaire*», es planteja la dificultat que es produeix una comunicació real entre emissor i receptor en aquest terreny. Henri Pigeat parla de la revolució tècnica que s'ha produït a l'Agència France-Presse. També suggerent és l'article de H. Wendelbo sobre la comunicació patològica en

les reunions internacionals. W. Syad aborda un tema interessant des d'un punt de vista antropològic com és el de la comunicació tradicional a Àfrica, i, per últim, Gérard Eymery, descriu el sistema francès «*Antiope*», de teletext.

La lectura d'aquests números ens ha interessat, la seva presentació és àgil i el seu enfocament i estil són, evidentment, molt francesos.

Manuel Parés i Maicas

COMUNICAZIONI SOCIALI

És una publicació trimestral que recull la producció teòrica de L'Escola Superior de la Comunicació Social de la Universitat Catòlica de Milà.

S'inicià amb el número de gener-març de 1979 i és continuació d'un altre que amb el nom de Nova serie dels Annali Scuola Superiore della Comunicazioni sociali aparegué en forma regular des del 1971. El seu director és Virgilio Melchiorre i està assistit per un consell de redacció format per Casati, Sisto Dall Palma, Bruno de Marchi, Guido Gola, Francesco Totaro. Conté temes generals de comunicació i específics dels diferents mitjans, del periodisme i de la publicitat.

A cada número hi ha una part dedicada a l'assaig, preferentment sobre temes de filosofia de la comunicació; una segona, dedicada a treballs més àgils i puntuals encara que siguin fets amb una consciència crítica; i finalment, hi ha recensions, crítica bibliogràfica i discussions sobre l'actualitat estètica, sociològica i política dels mass media.

Comunicazioni Sociali és una publicació interessant car incorpora als estudis de la comunicació en general i dels mitjans en particular, el punt de vista, la perspectiva acostada a la metodologia hermenèutica, tant la despesa de la filosofia de Husserl com la que cerca un compromís entre la fenomenologia i els corrents crítics de l'Escola de Frankfurt.

Es tracta d'una posició filosòfica discutible com totes però que trenca la uniformitat dels esquemes i mètodes habituals, basats en l'empirisme en la seva versió funcionalista, preferentment; o si no, també, basats en la crítica de les diferents posicions esquerranes.

El darrer exemplar d'aquesta publicació que és a les nostres mans és el de juliol-desembre de 1980 corresponent als números 3 i 4 d'aquest any. Es tracta d'un volum doble dedicat al debat que es feu a l'Escola Superior de Comunicació Social sobre el problema de la corporeïtat en la comunicació social i en la representació artística.

Antoine Vergote obre el número amb un estudi teòric de la qüestió titulat «Il Corpo. Pensiero contemporaneo e Categoria Bibliche», el qual se centra en la superació d'alguns dels dualismes de la filosofia tradicional. Reclama una reflexió interdisciplinària sobre la situació del cos; una reflexió que respecti la unitat del cos i l'autonomia de les distintes aproximacions científiques. Fa un recorregut històric sobre el tema, des de Plató i Aristòtil, passant per Descartes i arribant a l'existencialisme de Gabriel Marcel. L'home, segons l'autor, no és un compost de cos i ànima, sinó una unitat d'un nou tipus de llenguatge, en una gamma d'expressions tan variades com sigui possible, i analitza els

problemes que es troben a l'origen de cada interpretació.

Un estudi remarcable és el d'Alessandro Ghisalberti «La rappresentazione del corpo nel pensiero medievale», que estudia el pensament medieval des de les concepcions del cos com a encarnació de símbols a la doctrina hilemòrfica introduïda amb l'aristotelisme. El cos passa d'ésser considerat una presó a temple de l'ànima.

Finalment, encara tenim el treball d'Ernesto Travi «Il tema del corpo nella Divina Comedia» en el qual s'estudia el tema del cos en La Divina Comèdia i el presenta en una meravellosa conjunció filosòfica, poètica i teològica.

Es tracta, tal com es pot veure, d'un conjunt de recerques que pretenen posar les bases filosòfico-teòriques per a un aprofundiment d'allò que correntment s'anomena comunicació no verbal. Som, doncs, davant d'un tema important i d'una gran actualitat, ja que darrerament es tendeix a considerar els actes comunicatius en la totalitat de la seva realitat expressiva. El camí de la fenomenologia pot ésser útil de cara a donar una comprensió dels actes comunicatius i no una simple explicació, tal com hi tendeixen les tècniques de base empírica.

Jordi Berrio

COMMUNICATION ET LANGAGES. N° 48

El número 48 de la revista Communication et Langages correspon al primer trimestre de 1981. Aquesta revista està editada pel Centre D'Étude et Promotion de la Lecture, departament de R.E.T.Z.

En el present número, seguint la línia editorial que és ja habitual en aquesta publicació, apareixen articles que són centrats en els camps teòrics de la pedagogia, el grafisme, la comunicació i l'edició.

Alain Bentolila, en un interessant treball titulat: «Fleurs de lire et liseron», planteja alguns problemes suggerents en el marc de l'ensenyança de la lectura. Per a aquest autor el llegir no depèn de l'habilitat d'emetre uns certs sons a partir de determinades formes gràfiques, sinó que requereix la comprensió cronològica i lògica del que s'ha llegit, a més de la seva síntesi per a la memorització i la reflexió crítica. Enfront de cada tipus de lectura es requereix una actitud pertinent i específica; tanmateix, es produeixen casos de lectors monovalents que només són capaços d'entendre un tipus únic de situació de lectura; per a Alain Bentolila caldria orientar els mètodes d'ensenyança vers la formació de lectors polivalents.

Philippe Schuwer en el seu article «La photographie dans le livre-album-jeunesse» exposa la tesi que la preponderància total de la il·lustració sobre la fotografia en el llibre infantil i juvenil no està basada en una elecció casual i capriciosa dels editors sinó que té la seva arrel ideològica en un intent de superprotecció del nen, evitant-li una visió fidel de la realitat social.

Yveline Baticle sota el títol: «Le structuralisme a l'université» presenta un treball seu i tres més realitzats per tres alumnes en els quals el mètode d'anàlisi de contingut s'aplica a diferents objectes de recerca. Yveline Baticle investiga sobre l'estereotip de professor presentat a través dels mass media i n'extreu els trets característics

d'identificació. Didier Desormeaux presenta un estudi sobre la retòrica de 77 cartells de publicitat apareguts entre els anys 1900 i 1910. Philippe Mesmildrey realitza la seva recerca sobre els cartells de cinema policíac nord-americà i francès. Finalment, Bruno Asseray centra el seu treball en les cobertes de les novel·les d'Agatha Christie publicades en el «Club des Masques».

Amb el motiu d'una exposició titulada *Écritures a la Fondation Nationale d'Arts Graphiques et Plastiques*, celebrada a finals de 1980, Jérôme Peignot publica l'article: «Les jeux de la typographie et du sens» en el qual tracta sobre les àmplies possibilitats artístiques de la tipografia.

En el seu interessant treball «Theorie matricielle de la graphique», Jacques Bertin exposa de forma sistemàtica els principis de la gràfica i la seva semiologia. La gràfica ha de definir-se, segons aquest autor, com la transcripció d'un quadre de dades, del qual cal que es descobreixin els elements semblants, agrupar-los i classificar-los; per a la realització de la gràfica cal establir les qüestions pertinents i jerarquitzar-les de tal forma que sigui possible de donar-ne compte i d'evitar les no pertinents. Jacques Bertin ens ofereix en el seu article els principis de la gràfica, però alhora ens adverteix sobre els errors comuns que cal no fer.

Philippe Gobert exposa a «Temps et Communication» els efectes dels nous mitjans de comunicació sobre els espectadors en fer-los admetre una successió ràpida i densa de continguts que redueix d'aquesta forma el temps que els receptors disposen per a la comprensió dels missatges.

En el seu article «Le livre en Tunisie» Robert Estivals analitza la política editorial

realitzada a Tunis des del període d'influència europea fins la descolonització, tot passant per l'etapa de colonització francesa. Per a aquest estudi històric, l'autor té en compte la relació que hi ha entre les distintes classes socials i el paper jugat, en aquest terreny, pels sectors de producció estatal i privada.

Jean-Claude Nicole a «*Editeurs: la diversification nécessaire*» analitza les estratègies possibles de les empreses editorials de cara als anys propers en els quals hom espera l'explosió dels nous mitjans: informàtica, telecomunicacions i audiovisuals.

F.X. Ruiz-Collantes

THE PUBLIC OPINION QUARTERLY

Vol. 45, n° 1. Primavera 1981

Publicació trimestral apareguda l'any 1937, editada per l'*School of Public Affairs* de la Universitat de Princeton i que tingué com a primer director De Witt Clinton Poole.

D'ençà el número 4 de l'any 1948 segueix essent publicada per la mateixa universitat, però es presenta com a «*Organ of the American Association for public Opinion Research*». Finalment, cal assenyalar que en els darrers anys l'edició ha passat a la Universitat de Columbia.

Es tracta d'una publicació sobre temes d'opinió pública en el sentit més abastador del terme, car s'hi troben treballs sobre mitjans de comunicació en general i sobre tendències en el comportament psicosocial del públic nord-americà principalment. És un dels òrgans més importants del que s'ha vingut anomenant mass co-

munication research, corrent lligat a la sociologia funcionalista i que adoptà, des del principi, una actitud i un mètode empirista de recerca. Hi trobem al llarg dels anys de la seva existència les més prestigioses firmes de la teoria de la comunicació, de la psicologia social i de l'opinió pública nord-americana, tals com Allport, Berelson, Cantril, Katz, Poole, Lasswell, Lazarsfeld, Wright, etc.

En general, els treballs que s'hi publiquen estan basats en l'estudi empíric d'unes variables i l'ulterior establiment de correlacions entre elles. L'estudi de les variables es fa normalment a través d'observacions i determinacions de la realitat social i individual amb tècniques d'enquesta. Les dades són processades mitjançant rigorosos tractaments estadístics.

El plantejament metodològic de fons consisteix a tractar la temàtica social-comunicativa de la mateixa manera que ho fan les ciències de la naturalesa amb la llur pròpia. Intenten d'aïllar fets i de trobar-ne relacions causals. Conseqüència d'això és que la majoria dels articles fan referència a investigacions d'abast limitat, tal com hem dit abans, i no contenen grans temes teòrics ni grans declaracions de principis filosòfics. La grandesa i alhora també la migradesa d'aquests treballs rau precisament en la seva modèstia de plantejaments; pretenen dir poques coses però segures. El problema bàsic d'una tal orientació metodològica rau precisament en el fet que no és gens clar que el mètode científic experimental sigui aplicable a les ciències socials i que la noció de fet, força ben delimitada a les ciències de la naturalesa, sigui utilitzable, sense més, en els dominis en els quals es mou la mass communication research.

Pel que fa referència a la temàtica concreta d'aquestes recerques, cal dir que es refereix als temes clàssics de mesura dels canvis en l'opinió pública sobre política governamental, sobre qüestions racials, sobre diversos aspectes de les motivacions del capteniment col·lectiu, etc. Cal assenyalar que la temàtica ha mantingut una notable coherència al llarg dels anys d'existència de la publicació que ens ocupa. Tanmateix, ha anat evolucionant al llarg del temps adaptant-se a les qüestions que en cada moment han ocupat l'atenció dels científics i dels professionals. Un exemple d'això podrien ésser els articles que en els números recents, han dedicat al terrorisme, les drogues, l'eutanàsia, etc.

Sempre ha tingut, aquest òrgan trimestral, una especial atenció als mitjans de comunicació i ha tractat extensament temes com el de la mesura dels efectes dels diferents mitjans en les actituds del públic respecte de qüestions electorals i altres.

El darrer número de la primavera del 1981 és un exemple típic del que ha estat la present publicació al llarg de molts anys. Tenim articles que tracten una variada gamma de temes però sense apartar-se dels esquemes que suara hem marcat. Així, tenim que Donald K. Kinder en «Presidents, Prosperity and Public Opinion» correlaciona algunes variables econòmiques i psicosocials, com és la de la prosperitat, amb la popularitat que han obtingut alguns presidents nord-americans. La conclusió òbvia que en treu és que existeix una relació causal entre la prosperitat econòmica i la popularitat del president en funcions.

Pel seu cantó, Norval D. Glenn i Charles N. Weaver a «Educational effects on Psychological Well-Being» analitzen els

beneficis o perjudicis sobre la sensació psicològica de benestar, concretada aquesta en vuit dimensions. L'estudi se centra en blancs i negres d'ambdós sexes i de distinta condició econòmica i cultural.

Charlotte G. Steeh estudia a «Trends in Nonresponse Rates» les tendències que es poden verificar en els percentatges de no respostes a les enquestes, assenyalant un major refús de les poblacions urbanitzades. No cal dir que aquests estudis només són vàlids per a la societat nord-americana.

Chare R. Bybee, Jack M. McLeod, W.D. Luetscher i Gina Garramone tracten un tema clàssic de la sociologia de la comunicació: «Mass Communication and voter Volatility». En aquest estudi s'afirma que el paper que juguen els mitjans de comunicació en la inseguretat del vot, correlacionada, aquesta, amb algunes variables socials dels votants com són nivell d'educació i interès polític, correlacionades aquestes variables sembla resultar que la cultura i l'interès per la política donarien una gran estabilitat en el vot i una major resistència a la propaganda política vehiculada a través dels mitjans.

Aquests són els principals temes tractats en el darrer número de la publicació que estudiem; tots ells responen, tal com hem vist, a una mateixa manera d'encarar la realitat social. En resulta de tot aquest notable esforç de recerca, una explicació d'un conjunt d'aspectes puntuals dels fenòmens psicosocials però mai llur comprensió. Tampoc no s'hi troba, evidentment, cap mena de crítica de la societat sinó un esforç d'explicació de la seva realitat i dels mecanismes que la sustentem, amb una clara intenció de generar una tecnologia aplicable en els terrenys de la publici-

tat, de la propaganda política, dels negocis i, en general, dels afers col·lectius que requereixen l'exercici del control social.

Jordi Berrio

PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE

Nº 4, any V, octubre-desembre 1980

Dels tres últims números de la revista Problemi dell'informazione que hem tingut ocasió de veure, corresponents al tercer i quart trimestres del 1980 i primer del 1981, el primer ens ofereix una sèrie d'estudis i assaigs que sobresurten, al nostre entendre, de la resta.

En efecte, en el número V/3 d'aquesta revista de Bolònia, de juliol-setembre del 1980, una recerca sociològica d'envergadura presenta un especial interès per a Catalunya i, en general, l'Estat espanyol. Es tracta de la titulada «Tercera xarxa de TV: anàlisi de l'orientació dels programes regionals i nacionals», de Graziella Priulla. No és ni més ni menys que l'anàlisi de contingut de les dues primeres setmanes de la programació total del tercer canal de la RAI, que començà a funcionar el 1979. En total, foren 256 les hores d'emissió (de caràcter regional i nacional) analitzades. La recerca, promoguda i finançada per la mateixa RAI, va ser realitzada en col·laboració amb l'Institut Gemelli de Milà, l'Institut de Sociologia de la Facultat de Magisteri de Roma i l'Institut de Sociologia de la Facultat de Lletres de Nàpols. Tenia per finalitat conèixer la identitat d'aquest nou canal de televisió i el grau de descentralització assolit, amb una atenció preferent a les àrees següents: nivell d'innovació de fórmules i modalitats expressi-

ves; característiques temàtiques dels programes; relacions amb el territori; i capacitat de fornir una possibilitat de contextualització i d'interpretació dels missatges. Una de les principals conclusions és que la descentralització s'aconseguí sobretot en els espais informatius regionals.

Encara en aquest mateix número de Problemi dell'informazione, destaca una altra recerca sobre televisió de gran interès: «Televisions privades i eleccions», de Gianpiero Mazzaloni i Marco Boneschi, investigació-pilot sobre el paper de les emissores privades de TV italianes en la campanya electoral per a les eleccions administratives a Itàlia del 1980. I ja en el cap de l'assaig, mereix també ser esmentat l'article «La indústria de la nostàlgia», de Nello Ajello, que analitza àmpliament el fenomen actual de la recuperació per part de la indústria del lleure i a través de tota la gamma de manifestacions diverses (cançó, magazines, superproduccions...) dels vells mites dels anys cinquanta i seixanta, com un reflux propi de la cultura de masses, de la qual diu que «el seu ritme de masticació és frenètic».

En el darrer número del 1980, només dos articles ens atreuen especialment. Un és una mena d'informe-resum sobre «Els consums culturals a Sicília», de Graziella Priulla, en el qual aporta una síntesi de les diverses recerques i estadístiques ja existents sobre l'objecte. I l'altre, tot i ser una simple traducció de l'anglès, és una bona aportació per als lectors de l'àrea llatina i de difícil accés a l'original, publicat a la revista nord-americana Theory and Society (nº 3, 1979). El títol és «El paradigma dominant en la sociologia dels efectes», i l'autor Todd Gitlin, el qual replanteja des de la perspectiva de la «sociologia radical»

els models d'anàlisi dels efectes de la comunicació de masses, i sobretot la teoria del Two-step Flow of communication (doble estadi del flux de la comunicació), propis de la sociologia americana tradicional.

I finalment, en el número corresponent al primer trimestre del 1981, aquesta revista dedica bona part de les seves pàgines a dos temes principals: la commemoració dels deu anys del diari comunista *Manifesto*, fundat per Rossanda i Pintor, escindits per l'esquerra del PCI; i l'anàlisi d'experiències fetes a la regió del Piemont d'introduir el diari a l'escola.

Josep Gifreu

PUBLITECNIA

Nº 57, 1º trimestre 1981

Revista de periodicitat trimestral. Els anys 1979 i 1980 han sortit quatre números. A la Biblioteca de CC II el darrer és el 57, corresponent al primer trimestre de 1981.

Publitemnia és la revista de l'Institut Nacional de Publicidad. El seu director és Juan Manuel Mazo del Castillo, que també ho és d'aquest Institut, el qual és un organisme autònom de l'Administració de l'Estat, des de la llei de l'11 de juny de 1964, adscrit a la Presidència del Govern a la Secretaria d'Estat per a la Informació.

Els articles més interessants que apareixen en el número que comentem són els següents:

«Un anàlisi de retòrica publicitària» de Jorge Fuentes Tudela. Es tracta d'una anàlisi retòrica, d'un anunci publicitari que pretén de promocionar una coneguda marca de pantalons texans, feta tant del registre icònic com del verbal. L'interès

d'aquest article rau en la metodologia utilitzada, no gaire corrent entre els estudiosos de l'Estat Espanyol.

«La comunicació como la lengua de Esopo» de Maurice Guigoz aparegué anteriorment a la revista *Communication et Langages* nº 47 de 1980. Es tracta en aquest treball la comunicació dins de l'empresa.

També s'hi pot trobar «La medida de la eficacia de la Publicidad» per Luis Angel Sanz de la Tejada, que correspon a la segona part de l'iniciat en el número anterior d'aquesta publicació. S'hi estableixen, en primer lloc, uns conceptes bàsics d'eficàcia, per passar després als possibles enfocaments del control d'eficàcia i finir amb el plantejament integral de la seva mesura en la publicitat.

A la revista Publitecnia hi ha una secció dedicada a les recerques de camp concretes. En el present número podem trobar-hi les següents investigacions: «Imagen de la Prensa en catalán». Es tracta d'un treball realitzat per Victor Sagi Comunicación per encàrrec del diari *Avui* i per l'anunciant Moulinex. Investigació interessant sobre el diari *Avui* que va des del seu fons i la forma fins a les tendències del lector de premsa en català.

Una altra recerca és la titulada «La inversión publicitaria en 1979». Fa referència als mitjans ràdio i televisió i aporta un conjunt de dades de remarcable interès.

A l'apartat de la revista titulat «Estrategia» es recull l'article de Jakob S. Vogel «Estrategia publicitaria por computador».

A l'apartat «Jurisprudencia» es recullen els articles de M. François Greffe «Sobre la responsabilidad del anunciante y de la agencia» i «Un nuevo Decreto-Ley regula la actividad publicitaria en Portugal».

Finalment, a la secció «Información» s'apleguen les «Normas para la admisión de publicidad en Televisión Española», les quals són vigents des d'octubre de 1980.

Miquel Rodrigo Alsina

ZEITSCHRIFT FÜR SEMIOTIK

Òrgan de la Societat Alemanya de Semiòtica. N° 1, volum 3, 1981.

Editada per Roland Posner (Berlín), amb la col·laboració de Tassó Borbé (Viena), Annemarie Lange-Seidl (Munic), Martin Kramper (Ulm) i Klaus Oehler (Hamburg).

Editada a l'Aakademische Verlagsgesellschaft Athenaiion, Wiesbaden. Periodicitat trimestral.

Aquest número de l'òrgan de la societat alemanya de semiòtica, sense ésser monogràfic, està dedicat fonamentalment a temes de semiòtica teòrica. Destaca, en primer lloc, l'article de Jerzy Pelc, «Per la definició del concepte de signe», en tant que mostra de la semiòtica polonesa que, malgrat el seu desenvolupament remarcable, que ha portat fins i tot a la publicació d'un volum de textos dedicat específicament a explicar-la i il·lustrar-la, no és massa coneguda fora de l'àmbit de les cultures eslaves*. Aquest professor de la Universitat de Varsòvia revisa i discuteix el concepte de signe tot seguint diferents dicotomies en la seva definició i plantejant els proble-

mes que comporta cada un dels dos termes: el signe com a entitat abstracta o com a entitat concreta, com a categoria de coses o com a categoria de fets, com a objectes naturals o com a objectes convencionals, com a tipus d'inferència o com a idèntic a tota inferència.

El segon article, de Nelson Goodman (Harvard University), titulat «Camins de la referència», planteja una classificació de les formes en què es pot produir la relació entre el signe i allò que aquest substitueix, és a dir, el referent. Distingeix, d'entrada, quatre formes de referència denotativa, i dues de no denotatives. Les primeres serien la denotació lingüística (predicació, anomenament, descripció...), la notació (una partitura, p.e.), la denotació icònica (imatge, representació...) i la citació, definida així: «es diferencia de les altres formes de denotació pel fet que allò que és citat és inclòs en el símbol que fa el paper de citador». Les formes de referència no denotativa serien l'exemplificació i l'expressió. Aquesta taxonomia o, en paraules de l'autor «cartografia» de la referència és contrastada després amb els principals problemes que planteja una teoria del referent: referència fictícia, i referència figurativa (amb el clàssic unicorni); referència complexa; distància de referència; realitat i referència, i referència indirecta o al·lusió.

El tercer article, d'Holger van den Boom, de la Universitat Tècnica de Berlín, es titula «L'origen de la teoria peirciana del signe. Una reconstrucció lògico-fenomenològica». El fet més remarcable d'aquest article, ultra l'originalitat de la teoria exposada sobre la copula com a element fonamental de la mediació o de la terciaritat, radica en la crítica en profundi-

*Del mateix autor, *vid.*: *Semiotics in Poland 1894-1969*, D. Reidel Publishing. Company Dordrecht & Warsaw, 1979.

172 *tat que comporta a les teories de l'Escola de Stuttgart (Max Bense i Elisabeth Walter), que en certa forma representen tot un intent d'exegesi i d'interpretació de la semiòtica de Peirce. En la mateixa línia se situa l'article de Jürgent Trabant, «Història de la semiòtica monumental, crítica i de segona mà», en què es contrasten les genealogies plantejades per Elisabeth Walter i per Thomas Sebeok.*

Un especial interès ofereix, dins la part dedicada a informacions, el rapport de Gerhard Regn, de Munic, dedicat a explicar les «Tendències de la semiòtica a Itàlia». Després d'una síntesi del panorama de les publicacions periòdiques i de les institucions docents i de recerca, l'autor proposa unes característiques generals de la pre-història de la semiòtica italiana, centrada en tres línies: les recerques precrocianes, sobretot en el camp de la comunicació no verbal, que vindrien recuperades per De Mauro i Pagliaro; la influència de la tradició semiòtica americana, que seria rebuda per Rossi-Landi; i l'estilística descriptiva, que es mouria en un pensament implícitament semiòtic i que es veuria representada després en Avalle, Segre o Corti. Pel que fa a l'actual situació, l'autor la resumeix en quatre grans eixos teòrics: el primer, representat per Eco, per a qui «la totalitat de la cultura» com a «sistema de signes» seria l'objecte de la semiòtica; el segon, que trobaria en qualsevol procés de la vida un sistema de signes, i que prendria com a punt de partença Sebeok; el tercer, que limitaria l'estudi semiòtic a la comunicació intencional (Segre); i el quart, que voldria una radical revisió de la semiòtica, en base a una visió hipercrítica que consideraria que no ha donat resposta als principals problemes de la comunica-

ció, sobretot estètica. Aquesta darrera posició vindria representada per Garroni. L'article explica amb força detall i precisió les principals polèmiques i confrontacions italianes, entorn de l'iconisme, a la consideració del signe com a funció o com a producció i, finalment, entorn de la penetració de les semiòtiques del text. Significativament, es nota a faltar una referència al debat semiòtica-sociologia i un dels seus principals protagonistes, i a la vegada animador de la semiòtica italiana, com és Paolo Fabri.

Lluís Bassets

**PUBLIZISTIK.
VIERTELJAHRESHEFTE FÜR
KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG.
Nº 4, any 25, 1980**

Editada pels professors Haacke (Göttingen), Langebucher (Munic), i Ronneberg (Nuremberg). Redacció: Walter J. Schütz i Georg Hellack.

Patrocinada per les associacions alemanya, suïssa i austríaca de ciències de la informació i de la comunicació.

Editada a la Universitätsverlag Konstanz GmbH, Constança, RFA.

Amb motiu del 25 aniversari els editors de Publizistik fan un balanç de la història de la revista i plantegen una autèntica discussió sobre l'estat actual i futur del conjunt de disciplines o camps científics en què s'ha vingut movent i es mou actualment aquesta publicació tan representativa de la recerca germànica. Sota el títol de «Vint-i-cinc anys de Publizistik. Retrospectiva-Balanç-Programa», els actuals editors de la publicació fan una curta però molt precisa

història, analitzen el paper que juga la revista en el món científic de parla germànica i fan finalment algunes propostes, centrades sobretot en un esperit pragmàtic, superador de les velles posicions d'enlluernament davant de noves «ciències» i noves disciplines.

Així és com, enfront d'uns començaments en què la revista volia ésser en certa forma expressió de la ciència de la comunicació pública, ara es percep com de fet és un espai de debat i de confrontació crítica sobre l'evolució de la recerca. El vell subtítol de la revista així ho revelava: «Revista per a una ciència de la premsa, la ràdio, el film, la retòrica, la publicitat i la formació de l'opinió». El 1964, fou substituït per l'actual de «Quaderns quadriennals de recerca de la comunicació» i apareix només com una mena d'antetítol destinat a no trencar la continuïtat, amb l'afegitó dins la llarga llista d'objectes d'anàlisi, del treball de comunicació pública (Öffentlichkeitsarbeit), equivalent en alguns aspectes a la public relations i en molts altres a l'animació cultural.

Els editors redefeixen també els camps científics que abasta la revista, i conclouen que en sentit estricte el seu objecte és la comunicació pública, amb una especial referència als mitjans de comunicació. Terrenys com la comunicació animal o com la informàtica i la tecnologia queden relegats a un veïnatge que, no per ésser interessant, ha de veure's envaït per la Publicística.

A més d'aquest article central, el número monogràfic conté altres treballs dedicats als 25 anys de la publicació. Joachim Westerbarkkey explica, sota el títol de «Dades sobre el lloc de la disciplina: un balanç de perplexitat», quina és la situació acadèmi-

ca de la Publicística en les universitats de parla germànica —amb excepció de la DDR. Els tres països que compten amb aquests estudis agrupen un total d'onze mil estudiants i prop d'uns cinc-cents docents i similars, incloent en ambdues xifres els departaments universitaris i les altres escoles. Un terç d'aquestes activitats corre a càrrec dels departaments específics, que són els Instituts de Publicística. L'article ressenya, a més d'una abundosa xarxa de dades estadístiques, la tendència general dels estudis de comunicació en aquest àmbit. D'una banda, es produeix un creixement del volum d'activitats i d'institucions a on s'estudia i s'investiga en ciències de la comunicació. De l'altra, es produeix una diversificació de l'especialitat, que així s'introdueix en nombroses acadèmies, altes escoles i estudis especialitzats. Les dues tendències, positives globalment, requereixen però un esforç de compaginació entre la integració necessària en tota disciplina i la interdisciplinarietat que comporta un veïnatge saludable amb altres activitats de recerca.

L'article de Freidhelm Kröll, «Ciència de la comunicació. Valoració d'una enquesta sobre el desenvolupament i la situació de l'especialitat en l'àmbit de parla germànica», recull la contesta a un qüestionari dirigit als responsables de tots els instituts de Publicística i similars, sobre objectes d'estudi, i mètodes de recerca. L'enquesta ofereix unes dades de molt interès per fer-se el càrrec ràpidament del panorama actual d'aquesta disciplina a l'àmbit de parla alemanya occidental. En certa forma complementa un número monogràfic de fa sis anys que contenia una gran quantitat d'informació sobre aquest punt, però centrat més que res en els plans

Aquest article es complementa amb una enquesta realitzada per W. Donsbach, B. Emmet i A. Ohliger entre antics estudiants de comunicació de la Universitat de Mainz, sobre la interrupció d'estudis, l'ocupació professional, la imatge de la carrera, etc. D'altra banda, la visió històrica de la disciplina ve arrodonida per un article d'Ulrich Saxer, titulat «Límits de la ciència de la publicística. Reflexions científiques sobre les ciències del periodisme, de la publicística i de la comunicació des de 1945». I els mateixos problemes

d'identitat científica i d'interdisciplinarietat són tractats també per Hanno Hardt, a «Ciència de la publicística, dead or alive?», Gordon C. Whiting, a «Ciència de la comunicació: impressions d'un americà», i Rüdiger vom Bruch, a «Ciència del periodisme entre història i economia nacional. Una contribució a la prehistòria de la publicística com a ciència a l'últim imperi alemany».

Finalment, també cal ressenyar un punt fora de la temàtica monogràfica: l'article de Benno Signitzer «El dret a la comunicació», en la línia de l'explicació i el debat sobre l'informe McBride.

Lluís Bassets

Crítica de llibres

Teorías de la comunicación

Miquel de Moragas Spa
Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1981,
362 pàgs.

Teories de la Comunicació representa un esforç sintetitzador molt important que posa a mans del lector un resum del que

ha estat la recerca en el camp de la comunicació col·lectiva. Es tracta d'informar de quines teories, sota quins pressupòsits i condicionaments s'han elaborat i com ha estat la recerca dins la pretesa ciència comunicativa.

En la present obra trobarem, doncs, com s'han desenvolupat i quines característiques ha tingut la producció teòrica en els principals països industrialitzats, així com una important informació sobre escoles, centres, institucions, congressos, acords internacionals, etc. Es tracta d'una utilíssima documentació que existeix en forma dispersa i que Miquel de Moragas aplega en aquest volum que no dubtem de qualificar d'erudit en aquest sentit. A més s'hi inclou una important informació bibliogràfica i hemerogràfica, cosa que